

## PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a postprint version which may differ from the publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/181199>

Please be advised that this information was generated on 2019-06-02 and may be subject to change.

# Sociale media helpen ons mee om onszelf te bedriegen

Zelfbedrog lijkt iets te zijn wat mensen per definitie zelf doen. Maar wie beter kijkt, ziet dat het een sterk sociaal verankerd fenomeen is. Technologie en vooral sociale media spelen een cruciale rol in ons zelfbedrog.

## Opinie Roy Dings

**W**etenschappers karakteriseren zelfbedrog doorgaans in termen van 'gemotiveerde irrationaliteit'. Dit houdt in dat iemand die zichzelf bedriegt een motivatie heeft om op een irrationele manier met informatie om te gaan. Simpel gezegd: iemand die zichzelf bedriegt ziet wat hij wil zien, leest wat hij wil lezen en hoort wat hij wil horen. Veel wetenschappers hebben hierdoor de neiging om zelfbedrog te bestuderen als individueel verschijnsel. Immers, als zelfbedrog te maken heeft met een verstoorte informatieverwerking, dan moeten we onderzoek doen naar de cognitieve mechanismen die een dergelijke verstoring mogelijk maken.

**Iemand die zichzelf bedriegt ziet wat hij wil zien, leest wat hij wil lezen en hoort wat hij wil horen**

Maar zelfbedrog is tevens een sociaal fenomeen: er zijn ook sociale mechanismen die bijdragen aan ons zelfbedrog.

### Jezelf voor de gek houden

De traditionele benadering van zelfbedrog erkent dat wat andere mensen doen en zeggen (of juist

niet doen of nalaten te zeggen), informatie is die we kunnen gebruiken om onszelf voor de gek te houden. Als ik vier mensen vraag om commentaar te leveren op mijn artikel, en drie daarvan zijn vrij negatief, dan bedrieg ik mezelf wanneer ik bovengemiddelde waarde hecht aan die éne positieve reactie, bijvoorbeeld door mezelf wijs te maken dat de drie critici slecht gelezen hebben.

Wat echter door veel onderzoekers lijkt te worden vergeten is dat wij zelf invloed hebben op wat mensen doen en zeggen. Ik kan bijvoorbeeld kritische collega's vermijden wanneer ik feedback nodig heb, en collegae opzoeken van wie ik weet dat ze doorgaans positief zijn.

### Strategieën

Er zijn grofweg twee 'strategieën' van sociaal zelfbedrog te onderscheiden: in de eerste variant omring je jezelf met mensen die *like-minded* zijn. Op die manier houd je informatie die botst met jouw eigen denkbeelden op afstand. Je wilt gelijk krijgen, ook als je geen gelijk hebt, en daarom zoek je mensen op die je gelijk geven. De tweede strategie gaat nog een stap verder. Hierbij máák je anderen likeminded. Dit kun je doen door bepaalde informatie, die jou bijvoorbeeld in een kwaad daglicht plaatst, achter te houden, of simpelweg door anderen te misleiden of te bedriegen.

Zelfbedrog is in dit geval zoiets

als het niet vertellen aan je baas dat het rapport dat je zojuist hebt gepresenteerd door vijf mensen is opgesteld, maar vervolgens wel het compliment dat je krijgt zien als bevestiging van jouw capaciteiten. Alleen de 'beste' vakantiefoto's komen op Facebook en Instagram. Om de rol van sociale media en technologie binnen sociaal zelfbedrog te illustreren, een fictief voorbeeld over vakantiekiekjes anno 2017:

Robin en Sacha zijn op vakantie in Rome. Robin poseert bij het Colosseum en Sacha maakt een foto. Wat er vervolgens gebeurt, is weinig verrassend: Robin loopt naar Sacha, bekijkt de gemaakte foto op het scherm, en zegt: „Nee, opnieuw.” Er wordt opnieuw geposeerd en opnieuw een foto gemaakt, tot het moment dat deze wél aan de eisen voldoet.

Eenmaal terug op de hotelkamer worden de foto's van die dag bekeken. Alle 'mislukte' foto's worden gewist, waarmee onprettige informatie niet alleen ontoegankelijk wordt gemaakt, maar letterlijk wordt verwijderd. Bij thuiskomst in Nederland vindt er nogmaals een selectie plaats van de 'beste' vakantiekiekjes. Lees: de foto's die het beste weergeven wat voor Robin de ideale vakantie is. De geselecteerde foto's krijgen een fotoshop-filtertje en worden daarna op Facebook en Instagram geplaatst.

Geheel in lijn der verwachting wordt Robin overspoeld met compli-



mentjes van, wellicht enigszins jaloerse, vrienden en vriendinnen.

### **Mooier maken**

Dit voorbeeld maakt twee dingen duidelijk. Ten eerste dat technologie, zoals digitale fotografie en Photoshop, een belangrijk instrument is om de werkelijkheid net even iets mooier te maken dan hij werkelijk is. Het stelt ons in staat om informatie die strijdig is met ons beeld van hoe we de wereld graag zouden zien, op afstand te houden. In extremere vorm leiden sociale media tot een 'informatie-bubbel': algoritmen zorgen ervoor dat we alleen informatie tot ons nemen die ons wereldbeeld bevestigt, kortom, die prettig is.

Ten tweede laat het voorbeeld zien dat sociale media een extra laag in ons zelfbedrog aanbrengen, doordat ze ons in staat stellen om nóg meer 'goede', dat wil zeggen prettige, informatie binnen te krijgen.

Niet alleen bedriegt Robin zichzelf door lelijke foto's te verwijderen, door een rooskleurig beeld van zichzelf te schetsen op sociale media krijgt ze opnieuw een lading

## **We komen terecht**

### **in een opwaartse spiraal, een ratrace, waarbij we steeds verder verwijderd raken van de realiteit**

positieve, maar niet geheel realistische, feedback via vrienden en vriendinnen.

Nu kunt u denken: *so what?* Laat die mensen toch. Sterker nog, er is ook onderzoek dat suggereert dat een kleine dosis zelfbedrog onze mentale gezondheid bevordert. Toch is het belangrijk dat we stilstaan bij sociaal zelfbedrog en er meer onderzoek naar doen. De kern van sociaal zelfbedrog is dat we onszelf net iets beter, mooier en intelligenter presenteren dan we daadwerkelijk zijn.

Als we de enige zouden zijn die dat doen, was dat alleen maar fijn: de hele dag complimentjes krijgen geeft een boost aan je eigenwaarde. Maar als iedereen zichzelf presenteert als 'beter dan gemiddeld', dan

leggen we de lat telkens hoger voor elkaar. We komen terecht in een opwaartse spiraal, een ratrace, waarbij we steeds verder verwijderd raken van de realiteit.

Immers, als al je Facebookvrienden foto's plaatsen van hun wereldreizen, dan kun jij niet aankomen met een paar vakantiekiekjes uit Noordwijk. En als ik via LinkedIn of ResearchGate het ene na het andere succesverhaal te horen krijg, dan valt mijn eigen carrière nogal tegen, waardoor het risico op een burn-out stijgt.

Kortom, er is een maatschappelijke discussie nodig over de sociale gevolgen van zelfbedrog. De enige manier waarop wetenschap hieraan kan bijdragen is door zelfbedrog niet te conceptualiseren als een individueel maar ook als sociaal fenomeen.

Roy Dings werkt als promovendus aan de Radboud Universiteit Nijmegen

Dit artikel is ook verschenen op het online platform socialevraagstukken.nl





**Toeristen poseren voor het Colosseum in Rome.** Foto: AFP